

ABSTRACT

Fernando Arya Prayoga, 213106039, 2024. ***RELATIONSHIP CULTIVATION STRATEGIES OF PT INKA (PERSERO) MADIUN***. English Diploma III Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.

In this era, everything is done digitally, from marketing, meetings, to other activities. PT INKA (Persero) Madiun uses website to promote the products and services offered and also disseminate information to the public around the world. PT INKA (Persero) uses this strategy to get a relationship with the public. Relationship cultivation strategy is a strategy for public relations to produce relationships and closeness from the company to the public. This final project report was made to know the implementation of relationship cultivation strategy in PT INKA's website. This research used a qualitative descriptive method. Data collection techniques uses were interview, observation, and documentation. Based on the data collection method that has been implemented, PT INKA (Persero) used five of eight relationship cultivation strategies well. In implementing educational communication, PT INKA published information on the sidebar of the website that gives company information. In implementing disclosure or openness, information dissemination, networking, and visible leadership, PT INKA carries out by publishing news. Strategies that are not well implemented, such as interactivity and involvement, assurance of legitimacy, and responsiveness, it can be done by making a quiz on the website and adding a comment column to interact between the company and the public.

Keywords: *Public Relation, Relationship Cultivation Strategies, Strategie*

ABSTRAK

Fernando Arya Prayoga, 213106039, 2024. STRATEGI RELATIONSHIP CULTIVATION PT INKA (PERSERO) MADIUN Program Diploma III Bahasa Inggris, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun.

Di era sekarang ini, semua hal dilakukan secara digital, mulai dari pemasaran, rapat, hingga kegiatan lainnya. PT INKA (Persero) Madiun menggunakan website untuk mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan dan juga menyebarkan informasi kepada masyarakat di seluruh dunia. PT INKA (Persero) menggunakan strategi ini untuk mendapatkan hubungan dengan publik. Strategi relationship cultivation merupakan strategi bagi hubungan masyarakat untuk menghasilkan hubungan dan kedekatan dari perusahaan dengan publiknya. Laporan tugas akhir ini dibuat untuk mengetahui implementasi *strategi relationship cultivation* dalam website PT INKA. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan metode pengumpulan data yang telah dilakukan, PT INKA (Persero) menggunakan lima dari delapan strategi relationship cultivation dengan baik. Dalam mengimplementasikan *educational communication*, PT INKA mempublikasikan informasi pada *sidebar* website yang memberikan informasi perusahaan. Dalam mengimplementasikan *disclosure or openness*, *information dissemination*, *networking*, dan *visible leadership*, PT INKA melaksanakan dengan cara mempublikasikan berita. Strategi yang belum terlaksana dengan baik, seperti *interactivity and involvement*, *assurance of legitimacy*, dan *responsiveness*, dapat dilakukan dengan cara membuat kuis di website dan menambahkan kolom komentar untuk berinteraksi antara perusahaan dengan publik.

Kata kunci: *Hubungan masyarakat, Strategi Relationship Cultivation, Strategi*